

**PERANCANGAN STRATEGI PENINGKATAN
PENJUALAN PADA UMKM DIAN SNACK &
BAKERY**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



HEINRICH FERRY WIJAYA

18 06 09727

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM DIAN SNACK & BAKERY

yang disusun oleh

Heinrich Ferry Wijaya

180609727

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 29 Agustus 2022

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Dr. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 29 Agustus 2022

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heinrich Ferry Wijaya

NPM : 180609727

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Perancangan Strategi Peningkatan Penjualan pada UMKM Dian Snack & Bakery" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2021/2022 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Heinrich Ferry Wijaya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang diberikan sehingga seluruh proses perancangan Tugas Akhir ini telah selesai dan telah tersusun menjadi laporan yang memenuhi syarat kelulusan Program Sarjana Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tak lupa penyusun berterimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan ini antara lain:

1. Drs. A. Teguh Siswanto, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ririn Diar Astanti, S.T., M.T., D.Eng., selaku Kepala Departemen Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta sekaligus dosen pembimbing 1 selama proses proposal hingga Tugas Akhir.
3. Lenny Halim, S.T., M. Eng, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing selama PPTA.
5. Keluarga yang memberikan semangat serta doa selama menjalani proses perancangan dari awal hingga akhir.
6. Pihak-pihak lain yang telah mendukung penyusun sehingga Laporan Tugas Akhir dapat diselesaikan.

Terima kasih, berikut merupakan laporan Tugas Akhir yang telah diselesaikan. Semoga laporan ini dapat berguna bagi UMKM Snack Dian & Bakery untuk ke depannya.

Pemalang, 15 Agustus 2022



Heinrich Ferry Wijaya

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan Ujian Pendadaran	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	v
	Daftar Tabel	vii
	Daftar Gambar	viii
	Daftar Lampiran	ix
	Intisari	x
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	2
	1.3. Tujuan	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	Tinjauan Pustaka Dan Dasar Teori	4
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	7
3	Metodologi Penelitian	20
	3.1. Profil Objek Dan Gambaran Sistem	20
	3.2. Tahapan Penelitian	20
4	Identifikasi Akar Masalah, Pemilihan Alternatif Solusi, Dan Metode Yang Digunakan	25
	4.1. Identifikasi Akar Masalah	25
	4.2. Pemilihan Alternatif Solusi	28
	4.3. Pemilihan Metode Alternatif Solusi Yang Terpilih	29

5	Perancangan Strategi Promosi Digital Terutama Pada <i>Instagram</i> Berdasarkan Minat Beli Dari Konsumen Potensial	32
	5.1. Perancangan Model <i>Structural Equation Modeling</i> Dan Kuesioner	32
	5.2. Pengolahan Data	39
	5.3. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	46
	5.4. Rekap Hasil Analisis Usulan Rancangan Strategi Promosi	54
6	Implementasi	56
	6.1. Implementasi	56
7	Kesimpulan	61
	7.1. Kesimpulan	61
	7.2. Saran	62
	Daftar Pustaka	65
	Lampiran	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Harga Paket Pemesanan	1
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu Mengenai Penurunan Penjualan	5
Tabel 2.2. Asumsi SEM	18
Tabel 2.3. Kriteria Uji Kelayakan Model SEM	19
Tabel 4.1. Hasil Analisis Kompetitor	26
Tabel 4.2. Penelitian Terdahulu Mengenai	30
Tabel 5. 1. Hasil Uji Validitas	40
Tabel 5. 2. Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 5.3. Uji Validitas Konstruk	47
Tabel 5. 4. Model Akhir Confirmatory Factor Analysis	47
Tabel 5.5. Uji Reliabilitas Konstruk	48
Tabel 5. 6. Hasil Nilai Uji Kovarians	49
Tabel 5. 7. Hasil Uji Korelasi	50
Tabel 5. 8. Hasil Uji Outlier	51
Tabel 5. 9. Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 5.10. Rangkuman Hasil Uji Goodness Fit SEM	52
Tabel 5.11. Hasil Analisis Kausalitas Model SEM	53
Tabel 5.12. Rancangan Strategi Promosi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Pengukuran SEM	16
Gambar 2.2. Diagram Jalur SEM	17
Gambar 3.1. Diagram Alir Tahap Empathize	21
Gambar 3.2. Diagram Alir Tahap Define The Problem	22
Gambar 3.3. Diagram Alir Tahap Ideate and Selection Solution	23
Gambar 3.4. Diagram Alir Tahap Prototype and Test	24
Gambar 4.1. Diagram Hasil tentang Pengetahuan akan Merk UMKM	25
Gambar 4.2. Lokasi Toko UMKM (<i>Google Maps</i>)	26
Gambar 4.3. Diagram Hasil Perilaku Pembelian Konsumen	27
Gambar 4.4. Diagram Hasil Perilaku Konsumen dalam Mencari Informasi	28
Gambar 5.1. Model Konseptua	34
Gambar 5.2. Pie Chart Jenis Kelamin Responden	41
Gambar 5.3. Pie Chart Rentang Umur Responden	42
Gambar 5.4. Pie Chart Pendapatan Rata-rata Responden	43
Gambar 5.5. Pie Chart Pekerjaan Responden	43
Gambar 5.6. Pie Chart Perilaku Responden dalam Membeli Roti	44
Gambar 5.7. Pie Chart Pengetahuan Merk Oleh Responden	44
Gambar 5.8. Pie Chart Media yang Menumbuhkan Kesadaran Merk	45
Gambar 5.9. Pie Chart Preferensi Media untuk Beriklan	45
Gambar 5. 10. Model Awal Confirmatory Factor Analysis Konstruk	46
Gambar 5. 11. Hasil Model Uji Goodness Fit SEM	52
Gambar 6.1. Hasil Implementasi Promosi Feed Instagram	56
Gambar 6.2. Hasil Implementasi Promosi Instagram Story	57
Gambar 6.3. Bukti Peningkatan Jumlah Kunjungan Profil	57
Gambar 6.4. Beberapa Contoh Hasil Implementasi Foto Produk	58
Gambar 6.5. Beberapa Contoh Hasil Implementasi Template Desain Promosi	59
Gambar 6.6. Contoh Kalender Konten Bulan Agustus 2022	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Tanya Jawab dengan Pemilik dan Anak Pemilik UMKM	68
Lampiran 2. Daftar Tanya Jawab Wawancara dengan Konsumen Roti	70
Lampiran 3. Dokumentasi Objek Penelitian	73
Lampiran 4. Kuesioner Pendahuluan	74
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 6. Bukti Penyebaran	87
Lampiran 7. Tabel Hasil <i>Mahalanobis d-square</i>	88
Lampiran 8. Hasil Turnitin	91
Lampiran 9. Penentuan Teknik Analisis Multivariat	92
Lampiran 10. Bukti Kegiatan Promosi UMKM	93



INTISARI

Penurunan penjualan merupakan salah satu masalah yang sering ditemui pada sebuah usaha terutama pandemi. Usaha yang juga mengalami penurunan penjualan saat ini adalah UMKM Dian Snack & Bakery. UMKM Dian Snack & Bakery merupakan UMKM yang bergerak dibidang pengolahan makanan berupa roti. Karena adanya penurunan penjualan, UMKM mengalami kesulitan untuk gaji karyawan.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang solusi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen potensial sebesar 10% tanpa meningkatkan biaya secara signifikan dan tidak perlu menambah karyawan baru. Dalam mendapatkan akar masalah dari penurunan penjualan, dilakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen potensial dan wawancara terhadap pemilik serta karyawan UMKM. Akar masalah penurunan penjualan yang ditemukan adalah kurangnya pengetahuan konsumen potensial terhadap merk UMKM karena lokasi yang tidak strategis dan promosi *Instagram* yang tidak maksimal sehingga alternatif solusi yang dapat diberikan adalah pemilihan lokasi baru dan perancangan strategi promosi digital melalui *Instagram*. Pemilihan alternatif solusi dilakukan dengan cara menggabungkan kebutuhan ketiga *stakeholder* dan didapatkan bahwa strategi promosi digital melalui *Instagram* terpilih karena biaya yang terjangkau, tidak perlu menambah karyawan baru, dan dapat meningkatkan minat beli konsumen potensial dengan parameter jumlah kunjungan profil. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* dan analisis deskriptif. Variabel yang digunakan adalah periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing* terhadap minat beli konsumen potensial.

Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli adalah variabel periklanan (0,022), promosi penjualan (0,001), *personal selling* (0,001), dan *public relation* (tanda *** yang menandakan kurang dari 0,05) sedangkan yang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan adalah *direct marketing* (0,268). Hasil tersebut direkap dan beberapa rancangan strategi diimplementasikan pada *Instagram* UMKM selama satu minggu (20-26 Juli 2022) dengan unggahan postingan selama dua hari sekali dan *Instagram Story* setiap hari. Implementasi telah meningkatkan minat beli berupa kunjungan profil sebesar 101 akun dan konten yang dapat meningkatkan kunjungan profil adalah konten yang menunjukkan variasi roti dengan *Reels* (80 akun), promosi penjualan berupa gratis ongkir saat membeli produk sebanyak minimal 40 kardus dengan radius area Pemalang dengan postingan (17 akun), memiliki desain seperti adanya tulisan pada kedua media (total 97 akun) sedangkan *Instagram Story* hanya menghasilkan 4 akun.

Kata kunci: UMKM Dian Snack & Bakery, bauran promosi, minat beli, *Structural Equation Modeling*